

IL PROGETTO TURISTICO DELL'APT DI COMANO PER L'ESTATE 1993

«Villaggi natura»

*L'attenzione è rivolta
a tutto il Bleggio e Lomaso*

(a.o.) - All' Apt Terme di Comano - Dolomiti di Brenta si sta già pensando al 1993. Partita la stagione 1992 con un incremento medio del 2% sulle presenze alberghiere, avviato il programma di iniziative a favore dell'ospite ed attivati tutti gli uffici periferici, si è già cominciato a pensare alla promozione futura. Per essa vi sarà una sostanziale revisione per quanto riguarda l'attività promozionale e pubblicitaria, che non sarà più rivolta ad una promozione di marca, ossia del nome, ma di prodotto ossia di cosa realmente sta dietro il nome. C'è già un orientamento al quale da qualche tempo si sta lavorando all' Apt e sembra di rilevante interesse.

Si tratta del progetto «Villaggi natura» che rappresenta un modo nuovo di proporre la zona. Di questo ne parliamo con Mauro Mancina, che guida lo sviluppo turistico locale, nella veste di direttore dell' Apt.

«L'idea - afferma Mancina - è nata da alcune considerazioni sull'inversione di tendenza, che sta interessando il mercato turistico internazionale. Un numero crescente di persone in possesso di certe sensibilità ed esigenze, è alla ricerca di un modo nuovo di fare vacanza, legato ai valori ambientali e naturalistici, al concetto di soggiorno per relax e rigenerazione psico-fisica. Sono persone che vivono in città, con necessità di momenti di rilassamento, che gli permettano di ritor-

nare ad una dimensione di vita più umana, a diretto contatto con la natura e le attività ad essa legate».

Ma come si concretizza il progetto «Villaggi natura»?

«Siamo partiti dalla constatazione che nell'ambito di nostra competenza, oltre all'offerta termale, che rimane la principale risorsa, esistono due particolari e preziose proposte ambientali. Da una parte infatti c'è il Banale con le Dolomiti di Brenta, il Parco naturale, una qualificata struttura sportiva e ricettiva e dall'altra il Bleggio - Lomaso, caratterizzata da un ricco patrimonio naturalistico, rappresentato dai biotopi e dall'ambiente rurale, dal patrimonio archeologico, dalla proposta storico - artistica



Publicità
anche
in «pallone»

Un'immagine del Lomaso con la zona del Bleggio e più il Carè Alto. È questo il manifesto di «villaggi natura» che verrà lanciato dall'Apt di Comano. A sinistra il direttore dell' Apt Mauro Mancina

dei castelli e delle chiese nel contesto della ricettività che potremo definire atipica.

Ed è soprattutto a questo proposito che sarà indispensabile sensibilizzare i residenti affinché ci sia uno sviluppo di quella ricettività

che si individua nelle camere da dare in affitto e le aziende agrituristiche. In questa prospettiva anche per l'area del Bleggio e del Lomaso il turismo, che rappresenta oggi un aspetto marginale per l'economia locale, può divenire



elemento integrativo pur non togliendo alla zona la sua originalità anzi valorizzando il suo tipico carattere agreste».

Avete quindi trovato il modo per proporre la zona nella sua vera dimensione? «È proprio questo l'obietti-

vi che ci proponiamo - continua il direttore dell' Apt - attraverso l'immagine dei «Villaggi natura» diamo al potenziale utente un'informazione corretta nei contenuti, in quanto offriamo esclusivamente ciò che abbiamo, evitando di imitare località più affermate ed il loro modo stereotipato di intendere il turismo e senza correre il rischio di creare nei potenziali clienti aspettative che non riusciremmo a soddisfare. Sarà importante giungere all'individuazione di pacchetti d'offerta in grado di valorizzare le specificità che contraddistinguono le due zone. Potranno essere legati alle attività strettamente naturalistiche dalla caccia fotografica, al trekking, ma anche a quelle sportive e culturali. Si tratta di coinvolgere incisivamente soltanto quei segmenti, sempre più ampi, che ricercano una vacanza fortemente integrata con i valori naturalistico - ambientali e di costume locale».

Ma le terme restano forti

Ma sul piano pratico come ritenete di entrare in questo nuovo mercato turistico? Sotto l'aspetto pratico, quali saranno i passi da compiere?

«Sarà innanzitutto indispensabile caratterizzare la zona collocando in apposite piazzole sulle principali vie di accesso, specifici messaggi che rendano immediatamente individuabili i villaggi natura e la realtà termale. Ci sarà poi una attività promozionale e pubblicitaria che dovrà necessariamente essere coerente con i due elementi dominanti della proposta «Villaggi natura» e cioè l'aspetto naturalistico e quello innovativo. L'idea è quella di ricorrere ad un

viaggio itinerante in mongolfiera nei bacini d'utenza ritenuti più opportuni».

In sostanza l' Apt affitterà una mongolfiera che porterà nelle città e nelle aree dove vuole propagandare i suoi «villaggi vacanza». Un viaggio in mongolfiera può così diventare un modo per avvicinare i possibili clienti.

«C'è innanzitutto da ricordare che questo grande pallone è un mezzo innovativo, capace di catalizzare l'attenzione. Inoltre, si tratta di un mezzo ecologico, in linea quindi con quei valori che ci accingiamo a promuovere».

Questa revisione della promozione riguarderà anche le terme che continua-

no a rappresentare l'elemento dominante del turismo della zona?

«Certo, anche l'offerta termale dovrà adeguarsi alle mutate esigenze di un mercato in continua evoluzione, orientandosi ad una progressiva diversificazione che renda il prodotto terme sempre più attraente per diverse fasce di utenza. Di concerto con l'azienda termale e gli operatori, si cercherà di creare un progetto tendente a proporre quelle forme di diversificazione che vanno oltre il classico modello terapeutico, rappresentate da pacchetti fitness e da proposte benessere».